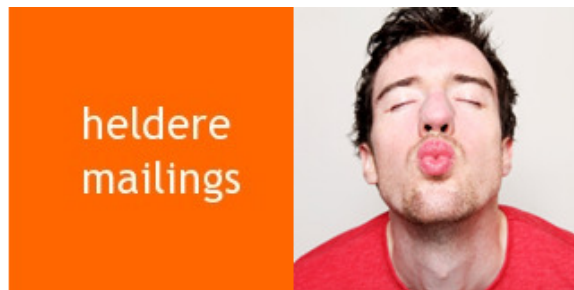


Heldere Mailings: meer respons

Je wilt meer klanten. Meer opdrachten. En je gebruikt mailings: per post, per e-mail. Of je zet advertenties: op internet, in de krant. Maar de respons valt tegen. Dus zoek je een nieuw idee. Nieuwe inspiratie.



Deelnemers:	10 per groep (veel persoonlijke aandacht door kleine groep)
Locatie:	Pascalstraat 28 in Ede (makkelijk bereikbaar, voldoende parkeergelegenheid)
Kosten:	200,- euro (0% btw, koffie/thee, lunch, hand-out en feedback inbegrepen!)
Ontvangst:	vanaf 8.30 uur (koffie en een broodje staan klaar)
Start/einde:	van 9.30 uur tot 16.30 uur.
Lunch:	van 12.40 tot 13.20 uur, pauze om 11.00 en 15.00 uur.
Vorbereiding	iedere deelnemer stuurt een eigen verkooptekst in.
Hand-out:	samenvatting op 1 A4 + digitaal trainingsmateriaal.
Nazorg:	iedereen mag tot 4 weken na de training een verkooptekst opsturen. De trainer geeft feedback.
Programma:	de sites van de deelnemers gebruiken we voor de oefeningen!

Helder = zien dat de tekst over mij gaat

Wanneer lees je een tekst. Als deze over jezelf gaat. Zorg dus voor:

- een herkenbaar koopmotief;
- een verrassende approach;
- het juiste medium.

Helder = in 1 tel weten wat het aanbod is

Tijd is de kritieke factor. In een split second beslist de klant of hij je aanbod aantrekkelijk vindt. Dat kan hij alleen als hij direct begrijpt wat zijn voordeel is. Daarom laten we je zien hoe je jouw product vertaalt in een aantrekkelijk aanbod voor de klant.

Helder = aansturen op actie

Verkopen is heel simpel.

1. Je trekt de aandacht.
2. Je laat zien wat het voordeel is voor de klant.
3. Je zet de klant aan tot actie.

Vooral stap 3 vinden veel mensen lastig. Zie hoe je met actieversterkers meer respons krijgt.

Slim = meer zeggen in minder woorden

De meeste schrijvers gebruiken 40% meer woorden dan nodig. Jammer, want je verspilt de tijd van je lezer. Kost wel wat energie: alleen dat zeggen wat nodig is. In zo min mogelijk woorden. Wij leren je hoe je dat doet.

Slim = intiem zijn, maar niet té

'Ik hoorde van een vriend van me dat dit zo'n goed restaurant is.' Tegen zulke reclame kan geen enkele tekst op. Maar je kunt het wel benaderen. Je kunt intiem zijn op papier. Maar pas op: te intiem stoot af! In de training experimenteren we met de verschillende uitersten. Zodat je straks meer durft.

Creatief = schrijven zoals je spreekt

Best lastig: die laffe schrijftaal loslaten en frisse spreektaal schrijven. Maar je houdt je lezer geboeid. Daarom leggen we je tekst onder een vergrootglas. En laten we je zien welke woorden je kunt vervangen. Zodat er een tekst ontstaat die leest als een gesprek.

Verzorgd = foutloos

Een verkooptekst met een typefout of taalfout is dodelijk. Slechte tekst dus slecht product denkt de lezer. Wij kijken welke fouten er in jouw tekst nog zitten. En laten je zien wat je eraan kunt doen. Gevoetbalt? Altijd fout! Gebeurd? In de ene zin goed in de andere fout. Ge-sms't? Even wennen maar het komt eraan. U hebt/u heeft? Kwestie van smaak.

Verzorgd = de juiste toon aanslaan

Helderemailings.nl is een initiatief van Brutaal Communicatie BV

Wie is je klant? Een man van 65? Een vrouw van 30+? Een tiener? Elke doelgroep vraagt om een eigen schrijfstijl. Overschat de lezer niet. Dit heeft haast of kan helemaal niet zo goed lezen. Pas je taalniveau daarop aan. Wij leren je hoe.